

淡江大學 1 1 1 學年度第 2 學期課程教學計畫表

|   |                                   |          |                     |
|---|-----------------------------------|----------|---------------------|
| 課程名稱  | 消費者行為                             | 授課<br>教師 | 白滌清<br>DI-CHING PAI |
|   | CONSUMER BEHAVIOR                 |          |                     |
| 開課系級  | 企管二P                              | 開課<br>資料 | 實體課程<br>選修 單學期 3學分  |
|   | TLCXB2P                           |          |                     |
| 課程與SDGs<br>關聯性  | SDG8 尊嚴就業與經濟發展<br>SDG12 負責任的消費與生產 |          |                     |
| 系 ( 所 ) 教育目標  |                                   |          |                     |
| <p>一、熟悉專業知能。</p> <p>二、訓練實務知能。</p> <p>三、培養團隊精神。</p> <p>四、深化專業倫理。</p>   |                                   |          |                     |
| 本課程對應院、系(所)核心能力之項目與比重   |                                   |          |                     |
| <p>A. 能理解企業管理基本學理知識。(比重：30.00)</p> <p>B. 能撰寫企畫書，並善用資訊科技進行資料蒐集、分析與統整。(比重：10.00)</p> <p>C. 能溝通協調並團隊合作共同完成企業管理專案。(比重：30.00)</p> <p>D. 能整合管理與科技知能解決企業管理相關問題。(比重：20.00)</p> <p>E. 能認同職業倫理與社會責任觀念。(比重：10.00)</p>  |                                   |          |                     |
| 本課程對應校級基本素養之項目與比重   |                                   |          |                     |
| <p>1. 全球視野。(比重：10.00)</p> <p>2. 資訊運用。(比重：30.00)</p> <p>3. 洞悉未來。(比重：5.00)</p> <p>4. 品德倫理。(比重：5.00)</p> <p>5. 獨立思考。(比重：10.00)</p> <p>6. 樂活健康。(比重：5.00)</p> <p>7. 團隊合作。(比重：30.00)</p> <p>8. 美學涵養。(比重：5.00)</p> |                                   |          |                     |

|      |   |
|------|---|
| 課程簡介 | 本課程介紹消費者完整的決策程序模式，並引導學生如經由行銷實務學習與應用。主要內容有：描述消費者決策程序模式，瞭解消費者對行銷方案之主要心理程序，瞭解消費者的購買決策，學習如何分析消費者決策程序。   |
|      | The purpose of this course is to introduce consumer behavior theory and practice. Major contents include the following are describing consumer decision process model, understanding what major psychological processes to the marketing program, understanding how consumers make purchasing decisions, and learning how marketers analyze consumer decision making. |

本課程教學目標與認知、情意、技能目標之對應

將課程教學目標分別對應「認知 (Cognitive)」、「情意 (Affective)」與「技能 (Psychomotor)」的各目標類型。

- 一、認知(Cognitive)：著重在該科目的事實、概念、程序、後設認知等各類知識之學習。
- 二、情意(Affective)：著重在該科目的興趣、倫理、態度、信念、價值觀等之學習。
- 三、技能(Psychomotor)：著重在該科目的肢體動作或技術操作之學習。

| 序號 | 教學目標(中文)  | 教學目標(英文)                               |
|----|-----------|--|
| 1  | 瞭解消費者行為理論 | understanding consumer behavior theory |
| 2  | 應用消費者行為理論 | applying consumer behavior in practice |

教學目標之目標類型、核心能力、基本素養教學方法與評量方式

| 序號 | 目標類型 | 院、系(所)核心能力 | 校級基本素養   | 教學方法  | 評量方式          |
|----|------|------------|----------|-------|---------------|
| 1  | 認知   | ABCDE      | 12345678 | 講述、實作 | 測驗、報告(含口頭、書面) |
| 2  | 認知   | ABCDE      | 12345678 | 講述、實作 | 測驗、報告(含口頭、書面) |

授課進度表

| 週次 | 日期起訖                    | 內容 (Subject/Topics) | 備註 |
|----|-------------------------|---------------------|----|
| 1  | 112/02/13~<br>112/02/19 | 課程說明、分組、討論          |    |
| 2  | 112/02/20~<br>112/02/26 | 消費者行為導論             |    |
| 3  | 112/02/27~<br>112/03/05 | 顧客導向的行銷策略           |    |
| 4  | 112/03/06~<br>112/03/12 | 消費者決策程序             |    |
| 5  | 112/03/13~<br>112/03/19 | 需要確認、搜尋與評估          |    |

|             |   |                    |       |
|-------------|---|--------------------|-------|
| 6           | 112/03/20~<br>112/03/26   | 購買                 | 行政觀摩日 |
| 7           | 112/03/27~<br>112/04/02   | 消費與消費後評估           |       |
| 8           | 112/04/03~<br>112/04/09   | 消費者動機              |       |
| 9           | 112/04/10~<br>112/04/16   | 消費者動機              |       |
| 10          | 112/04/17~<br>112/04/23   | 期中考試週              |       |
| 11          | 112/04/24~<br>112/04/30   | 文化、種族地位、社會階層、家庭與家戶 |       |
| 12          | 112/05/01~<br>112/05/07   | 群體與個人影響            |       |
| 13          | 112/05/08~<br>112/05/14   | 與消費者接觸             |       |
| 14          | 112/05/15~<br>112/05/21   | 塑造消費者意見            |       |
| 15          | 112/05/22~<br>112/05/28   | 協助消費者記憶            |       |
| 16          | 112/05/29~<br>112/06/04   | 綜合整理、期末報告          |       |
| 17          | 112/06/05~<br>112/06/11   | 期末報告               |       |
| 18          | 112/06/12~<br>112/06/18   | 期末考試週              |       |
| 修課應<br>注意事項 | <p>(一)主動積極：</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.閱讀商管相關文章與報導</li> <li>2.隨時觀察行銷活動及廣告</li> </ol> <p>(二)教室規則：</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.鼓勵服儀整潔，不穿拖鞋</li> <li>2.鼓勵主動發問，不聊天及製造噪音</li> <li>3.鼓勵生活自律，不飲食超過5分鐘</li> <li>4.學習應對進退，尊師重道友愛同學</li> </ol> <p>(三)期末報告：</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.全班各組同時上課準時教室繳交。準時有利。</li> <li>2.須紙本背膠方式裝訂，內附光碟片(word、ppt及相關檔案)或上傳至指定平台，封面要有主題、組別、組員名單(期末報告成績的依據)，繳交日期、其他自訂。</li> <li>3.簡報必須準時，掌握重點。全組成員到齊至教室前兩排，簡報完後回原位。</li> <li>4.簡報時務必遵守教學計劃表中之教室規則。</li> </ol> |                    |       |
| 教學設備        | 電腦、投影機、其它(iclass平台)   |                    |       |
| 教科書與<br>教材  | 教學平台講義教材  |                    |       |
| 參考文獻        | Solomon, Consumer Behavior, Pearson.<br>Blackwell, Consumer Behavior, CENGAGE Learning. 華泰  |                    |       |
|             |   |                    |       |

|              |   |
|--------------|---|
| 批改作業<br>篇數   | 篇（本欄位僅適用於所授課程需批改作業之課程教師填寫）  |
| 學期成績<br>計算方式 | <p>◆出席率： 15.0 %   ◆平時評量：15.0 %   ◆期中評量：25.0 %</p> <p>◆期末評量：25.0 %</p> <p>◆其他〈期末報告〉：20.0 %</p>   |
| 備 考          | <p>「教學計畫表管理系統」網址：<a href="https://info.ais.tku.edu.tw/csp">https://info.ais.tku.edu.tw/csp</a> 或由教務處<br/>首頁→教務資訊「教學計畫表管理系統」進入。</p> <p><b>※不法影印是違法的行為。請使用正版教科書，勿不法影印他人著作，以免觸法。</b></p> |